1. Que faut-il préparer avant d'entamer un entretien de vente avec un client ?

Avant de commencer un entretien de vente, le vendeur doit effectuer une préparation afin de conduire efficacement la négociation et répondre aux besoins du client.

Cette préparation comprend les éléments suivants :

1. **La connaissance du produit :** maîtriser les caractéristiques, les avantages, la qualité, le prix et les conditions de vente du produit.
2. **La connaissance du client :** identifier son profil, ses besoins, ses attentes, ses motivations et son pouvoir d'achat.
3. **La définition des objectifs :** déterminer les résultats souhaités (vendre un produit, proposer une gamme, fidéliser le client, etc.).
4. **La préparation des arguments de vente :** sélectionner les arguments adaptés aux besoins et aux motivations du client.
5. **La préparation aux objections :** anticiper les éventuelles critiques concernant le prix, la qualité, la marque ou les caractéristiques du produit.
6. **La préparation du matériel :** disposer des catalogues, échantillons, fiches techniques, tarifs et documents commerciaux nécessaires.
7. **La préparation personnelle :** adopter une tenue professionnelle, une attitude positive et une bonne présentation.

2. Formuler les réponses aux objections

Objections du client	Réponses proposées par le vendeur
a) Vos sacs sont chers.	Je comprends votre remarque. Toutefois, nos sacs sont fabriqués avec des matériaux de qualité, offrent une bonne résistance et bénéficient de finitions soignées. Leur prix représente donc un investissement dans la qualité et la durabilité.
b) Votre marque n'est pas notoire.	Vous avez raison, notre marque est encore en développement. Cependant, nous accordons une grande importance à la qualité de nos produits, à leur design et à la satisfaction de nos clients. Je vous propose de découvrir ce modèle afin

	de juger vous-même de ses qualités.

Remarque pédagogique : Pour répondre à une objection, le vendeur doit écouter attentivement le client, reconnaître sa préoccupation, apporter une réponse argumentée et rassurante, puis chercher à poursuivre la vente.

3. Déterminer le type de motivation selon la méthode SONCAS

La méthode SONCAS permet d'identifier les principales motivations d'achat du client.

Phrase du client	Motivation SONCAS	Justification
a) Simple et facile à porter, c'est ce que je préfère.	**Confort**	Le client recherche un produit pratique, facile à utiliser et agréable à porter.
b) Très récent et à la mode, c'est ce que je cherche.	**Nouveauté**	Le client est attiré par les produits récents, innovants et à la mode.

Rappel : les six motivations SONCAS

- **S : Sécurité** – rechercher la confiance et éviter les risques.
- **O : Orgueil** – valoriser son image et son statut.
- **N : Nouveauté** – rechercher l'innovation et les tendances.
- **C : Confort** – privilégier la simplicité et la facilité d'utilisation.
- **A : Argent** – rechercher le meilleur rapport qualité-prix.
- **S : Sympathie** – apprécier la relation humaine et la confiance avec le vendeur.

4. Classer les signaux d'achat en signaux verbaux ou non verbaux

Les signaux d'achat sont des indices qui montrent l'intérêt du client pour un produit et sa disposition éventuelle à passer à l'achat.

Signaux d'achat	Classification	Justification
a) Le client regarde le produit pendant plusieurs secondes.	Non verbal	Le regard traduit un intérêt pour le produit sans utiliser de paroles.
b) Le client pose des	Verbal	Le client exprime son

questions sur la qualité du cuir.		intérêt oralement en demandant des informations.
c) Le client exprime son intérêt pour le produit.	Verbal	Le client manifeste directement son intérêt par la parole.
d) Le client fait un signe de tête affirmatif.	Non verbal	Le geste traduit une approbation ou un accord sans utiliser de mots.

Conclusion

La réussite d'un entretien de vente repose sur une bonne préparation, une écoute active et une capacité à identifier les motivations du client. Le vendeur doit savoir présenter les avantages du produit, répondre aux objections et reconnaître les signaux d'achat afin de conclure la vente dans de bonnes conditions.

À retenir : Un bon vendeur ne cherche pas uniquement à vendre un produit ; il cherche avant tout à comprendre le client et à lui proposer une solution adaptée à ses besoins.